

льгот в части платежей по указанным налогам должно служить серьезным стимулом для инвестирования средств в сооружение и эксплуатацию объектов транспортной инфраструктуры.

Поэтапная реализация программы реконструкции и развития системы транспортных коммуникаций Уральского региона с использованием мер государственного регулирования и поддержки частных инвесторов, внедрение прогрессивных перевозочных и информационных технологий на транспорте послужит базой для повышения деловой активности на основе созданных конкурентных преимуществ (в том числе ценовых), что в перспективе улучшит наполняемость территориальных и местных бюджетов за счет увеличения объемов налоговых поступлений.

*А. С. Засыпкина*

## **ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

С августа 1998 года образ жизни и потребительское поведение среднестатистического россиянина изменились.

Нельзя забывать о том, что мы живем в стране, особенностью которой являются нестабильность политической и экономической обстановок, вследствие чего российский менталитет «подстраивается» или «перепрограммируется» под стиль жизни, который допускает всевозможные кризисы.

ОАО «Уральская молочная компания» выступила с инициативой проведения полевых исследований, целью которых являлось определение особенностей потребительского поведения, базисных приоритетов, влияющих на конечный выбор покупателей.

По данным исследований, житель России со средним уровнем дохода сегодня не планирует свою жизнь более, чем на 2–3 месяца вперед, понятие «долгосрочное планирование» постепенно исчезает из быта россиян. Многие отказались от предпочитаемых ранее марок продукции.

Чем же сейчас руководствуются покупатели при выборе продуктов в магазине?

В ходе исследований было опрошено 365 человек. Интервьюируемым предлагалось ответить на вопросы, касающиеся молочной продукции.

Анализ полученных данных позволяет сделать следующие выводы:

- лишь 10 % опрошенных считают приоритетом только цену товара, в то время, как 63% выделяют таковым его качество;
- 34% опрошенных имеет приверженность к одним и тем же заводам-изготовителям;
- 72% опрошенных указали, что в случае роста цены на любимую марку товара при прежней цене конкурента, они будут продолжать потреблять предпочитаемую марку;
- 77% опрошенных готовы покупать более качественный товар за более высокую цену, даже пенсионеры с низким уровнем дохода остаются привержены к торговой марке

– 83,8% указали, что имеют приверженность к любимой марке.

Одна из высших потребностей современного человека в жизни – это здоровье. Полезность продукта для здоровья ассоциируется у покупателей с его качеством. В связи с этим отечественный потребитель готов платить больше за лучшее качество продукта.

Кризис вынудил многих людей отказаться от так называемых «побочных», «дополнительных» удовольствий, каковыми, например, являются частые походы в кино, посещение кафе, театров и т.д.

Но необходимо помнить, что наиболее главным критерием, которым руководствовался и руководствуется потребитель при своем выборе, является качество продукта, его польза для здоровья. И если продукт будет отвечать этим запросам потребителя, то никакой кризис не заставит его отказаться от любимой марки.

*Н. Ю. Чекунова*

### **ПРОГРАММА ПРОМЫШЛЕННОГО РАЗВИТИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ, КАК ВАЖНЕЙШИЙ ИНСТРУМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ**

Я думаю не вызовет возражений, что наибольшего результата можно добиться, решая проблемы комплексно, во взаимосвязи друг с другом. Промышленность в данном отношении не является исключением. Решать проблемы, то и дело возникающие, конечно, необходимо, но надо и смотреть вперед: каковы перспективы развития. А для этого необходимо разрабатывать программы развития промышленности. До недавнего времени такой программы не было вообще (хотя надо заметить, что на федеральном уровне ее до сих пор нет).

В начале ноября 1999 года Правительство Свердловской области, наконец, утвердило документ, который называется «Концепции промышленной политики» (постановление от 3.11.99 №1266-пп). При этом надо отметить, что разработка общей концепции региональной промышленной политики была поручена Институту экономики УрО РАН, что свидетельствует о признании того факта, что разработка такого рода программ может быть осуществлена лишь на основе глубокого научного анализа.

Продолжающийся системный кризис в России при отсутствии федеральной промышленной политики особенно остро ставит перед Свердловской областью задачи преодоления отрицательных тенденций в развитии промышленности, стабилизации и перехода к экономическому росту. Для их решения на уровне региона нужна активная промышленная политика, способная обеспечить реализацию комплекса мер, направленных на улучшение ситуации.

Основными причинами, потребовавшими разработку промышленной политики (на региональном уровне), явились:

ведущее место и значение промышленности в экономической и социальной сфере (особенно это ярко выражено на Урале: так сложилось исторически).

сильный спад (можно сказать, обвал) промышленного производства на Среднем Урале за годы реформ, и как следствие, общий кризис в экономике.